

Interlocuções de produtores, técnicos e estudantes no acesso a informações nas redes e mídias sociais¹

Vânia Beatriz Vasconcelos de Oliveira²
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Embrapa Rondônia

RESUMO

Conhecer as formas de acesso as mídias pelo público de interesse da Embrapa Rondônia foi o objetivo deste trabalho, realizado no período de 2019 a 2023, por meio de entrevistas realizadas em eventos presenciais e - quando do período de *lockdown*- por meio de formulário eletrônico. Dentre os resultados obtidos, identifica-se o aumento do acesso dos produtores rurais as mídias sociais, confirma-se o *WhatsApp* como o aplicativo mais frequentemente utilizado por todos os segmentos de públicos e a permanência do “meu menino” (os filhos) como interlocutores dos produtores rurais, no acesso as mídias. Estes resultados podem orientar estratégias de comunicação para a transferência de tecnologias.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional; mídias sociais; conectividade rural

INTRODUÇÃO

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) tem a comunicação institucional e mercadológica como seus principais focos de ação. O primeiro cuida das relações com os públicos estratégicos e o segundo apoia o processo de transferência de tecnologias. (EMBRAPA, 2002). Para isso são utilizadas importantes ferramentas de comunicação, desde os recursos midiáticos (produção própria de programas de Rádio e Televisão, Podcasts, Videoclipes, videoaulas etc) aos eventos como o Dia de Campo, realizado em campos experimentais ou em propriedades privadas, dirigido prioritariamente aos produtores e multiplicadores (técnicos e acadêmicos de áreas afins) onde são divulgadas informações sobre tecnologias geradas pelas equipes de pesquisa da Empresa. A crescente popularização do uso das tecnologias de comunicação e informação (Tic) desafiam a Empresa a buscar formas de melhor interagir com esse público.

¹ Trabalho apresentado na DT 05 - Comunicação Multimídia do 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 14 a 16 de junho de 2023.

² Comunicóloga, Mestre em Extensão Rural, Pesquisadora em Comunicação na Embrapa desde 1989. E-mail: vania.beatriz.embrapa.br

O “Levantamento do acesso dos produtores e técnicos de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) às mídias convencionais e digitais (LIAM)” faz parte das atividades do projeto “Interação, intercâmbio e construção do conhecimento e comunicação nos projetos do Fundo Amazônia (AmazoCom), coordenado pela Embrapa, atuando em toda a região amazônica. As ações de comunicação fazem parte do apoio à gestão dos macroprocessos de pesquisa e desenvolvimento e transferência de tecnologias, que tem dentre seus propósitos a “... Criação, fortalecimento e monitoramento de estratégias de comunicação e/ou de TT para melhorar o relacionamento e a interação da Embrapa com seus públicos internos e/ou externos (EMBRAPA, op. cit).

Diante do perceptível crescimento da adoção do uso das redes sociais e aplicativos (APP) utilitários, por grande parte da população brasileira, em 2012 a Embrapa lançou um documento orientador das ações de comunicação, considerando mídias sociais como:

... um fenômeno mediado pelas novas tecnologias, especialmente por computadores e dispositivos móveis, que tem como características a colaboração, a construção coletiva e o rápido intercâmbio mensagens em diferentes mídias pela internet. Inúmeras iniciativas e tecnologias de mídia social têm caráter de rede, com o estabelecimento de conexões entre os atores sociais, que podem ser pessoas, instituições, canais, veículos ou grupos. (Embrapa, 2012: p.8.)

Um fator limitante ao acesso as informações via mídias sociais é o fato de que mais de 70% das áreas rurais não contam com acesso à Internet. O MAPA considera que a conectividade rural é um elemento de infraestrutura essencial para a agricultura digital. (BRASIL, 2021). Nas comunidades rurais, ainda que com dificuldades se comparado ao acesso da área urbana cujas conexões mais frequentes são a internet fibra ou a cabo, os usuários estão cada vez mais tendo acesso à internet, com o uso de alternativas via rádio, via satélite e internet rural 3G ou 4G. Também se observa nos eventos promovidos pela empresa, cada vez mais os participantes usando aparelhos celulares para fazer o registro em áudio, vídeo ou fotografias, por parte dos produtores rurais.

Neste escopo, o conhecimento sobre as formas de acesso as mídias pelo público de interesse da empresa, pode colaborar não só para a formulação de estratégias de

Comunicação Organizacional e de Transferência de Tecnologias da Embrapa Rondônia mas também para a compreensão das demandas relacionadas à conectividade rural.

METODOLOGIA

O levantamento dos dados foi realizado por meio de entrevista com apoio de um formulário impresso, com três categorias de informações: 1- Identificação do respondente (Nome, endereço, categoria de participação, telefone e e-mail); 2- Acesso às Mídias (recursos e redes sociais de uso mais frequente e acesso á comunicação sobre o evento); 3- Avaliação do evento (clareza das informações recebidas e interação com o palestrante, disposição do respondente em receber informações adicionais e por qual meio de comunicação gostaria de receber informações da Embrapa).

O formulário foi aplicado em cinco eventos presenciais, sendo três em 2019 um em 2020 e 1 em 2023. Em razão do Decreto de Calamidade Pública, decretado em 21 de março pelo Governo de Rondônia devido o advento da pandemia do Coronavirus (Covid19) e o início do regime de Teletrabalh adotado prl Embrapa e consequentemenete a suspensão total de realização de eventos presenciais, que foram retomados somente no final de 2022.

A metodologia inicialmente planejada, sofreu alterações, no decorrer da execução. A proposição de desenvolvimento de um aplicativo para a coleta das informações foi deixado de lado, uma vez que, pelo fato da coleta ser realizada ao final dos eventos, o tempo disponível, não permitia a realização de grande número de entrevistas, que só foi possível , quando se envolveu estagiários para a arealização das entrevistas.

O contexto pandêmico também interferiu significativamente no levantamento de informações. Em julho de 2020 foi elaborada uma versão eletrônica do formulário, no qual foi retirada a categoria avaliação e incluída outra que demandava informações sobre a frequência em que o respondente acessava a plataforma da Embrapa na internet e outras vias de comunicação (canal Youtube e Instagram).

O link do formulário eletrônico³ foi encaminhado para a direção de instituições parceiras que trabalham com assistência técnica ao produtor rural (Emater e Senar), para professores coordenadores de cursos de Nível Superior (Graduação) e Médio Técnico, bem como, compartilhado em grupos temáticos no *WhatsApp (W.App)*. entretanto o retorno foi baixíssimo, com apenas 10 respondentes, performance que precisaria ser melhor avaliada, para que se tenha uma explicação, para além da possibilidade de saturação de demandas on-line, que se intensificaram na pandemia, O encerramento do projeto, previsto para o final de 2022, foi prorrogado para 2023, por isso se fez a última coleta de dados em abril de 2023, no primeiro evento presencial pós-pandemia.

Na apresentação dos resultados os dados serão apresentados em três agrupamentos, por período de coleta: G1- 2016 (36 respondentes), G2-2019 e 2020 (48 respondentes) e G3- 2020 a 2023 (23 respondentes. O G1 refere-se a dados de um levantamento realizado em 2016, em um Dia de Campo de Banana , que serviram de referência comparativa com os demais agrupamentos. No total o levantamento contou com 107 respondentes, sendo 61% deles homens.

Na Tabela 1 observa-se a quantidade de respondentes por evento e categoria de participação, sendo : 52 produtores e produtoras rurais, 20 Técnicos, 33 Acadêmicos e 2 Estudantes de Nivel Médio Técnico.

Tabela 1 - Total de respondentes por evento e categoria de participação

DATA	EVENTOS	LOCAL	PRODUTORES	TÉCNICOS	ACADÊMICOS	ESTUDANTE NIVEL TÉC	TOTAL
16/05/2016	DC BANANA	CEPVH	21	4	11	0	36
03/05/2019	DC CAFÉ	CEPVH	9	5	6	0	20
19/10/2019	DC BANANA	Cujubim Grande	1	1	0	0	2
25/10/2019	DC MANDIOCA	Nova Mutum PR	11	5	0	0	16
05/03/2020	DC SOJA	CEPVH	0	0	10	0	10
18/04/2023	DC CAFÉ	CEPVH	8	1	2	2	13
	FORM ON-LINE	NSA	2	4	4	0	10
	TOTAL GERAL		52	20	33	2	107
	%		49%	19%	31%	2%	

Fonte: Dados da pesquisa, até março de 2023.

³ <https://forms.gle/DK4yv25zR7wC5jQA8>

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dispositivos utilizados para acesso às mídias sociais

No Dia de Campo de Banana (2016), para a pergunta “com qual frequência você utiliza os seguintes dispositivos para acesso as Mídias Sociais?” os respondentes (63% deles produtores rurais) disseram que o dispositivo mais frequentemente usado era o telefone celular (77,8%), embora alguns deles tenham dito que usavam o aparelho, mas não tinham acesso a internet. As outras alternativas apresentadas foram: Computador de mesa ou Notebook; Tablet ou similar.

Nos eventos de 2019 e 2020⁴, as entrevistas foram respondidas por 48 participantes, sendo 21 produtores rurais, o celular aumentou para 89,6% como “muito frequente” e nos dados de 2020 a 2023, para 23 respondentes, subiu para 91,3% como dispositivo de uso mais frequente.

Acesso as redes ou mídias sociais

Para a pergunta: “Com qual frequência que você utiliza as redes e mídias sociais?” Foram apresentadas como alternativas de resposta, o Facebook, Twitter, ZAP (WhatsApp) ou similar. Também foi perguntada a frequência de acesso a e-mail. Para 55,6% dos respondentes o uso do Facebook é de frequência Média (15 a 19 dias por mês), entretanto 38,9 % responderam que não usam. O uso do Twitter é “Pouco Frequente” para 8,3 % e 91,7 % não usam.

Como esperado, o W.App é o recurso “Muito frequente” usado pelos entrevistados, com 61% , porém, com 33,3% de “Não Uso”. Nos dados de 2019 e 2020 tem 87,5% de uso “Muito frequente” e 10,4% de “Não Uso”. Nos dados de 2020-2023, o W.App se confirma como o de uso “Muito Frequente (91,3%) e 8,7% de “Média Frequência”.

Acesso via e-mail

O acesso a e-mail é de Média frequência (38,9%), entretanto 36,1 % declararam não usar e-mail. Para os respondentes de 2019-2020, o e-mail passou a ser “Muito frequente”

⁴ Evento antes da pandemia

(48,7%) e o “Não uso” diminui para 19,8%. Já no período de 2020-2023, o uso “Muito Frequente” ficou em 47,8% e o “Não Uso” diminui para apenas 4,3%.

Acesso a informação sobre os eventos

São variadas as formas de acesso a informação sobre a realização dos eventos e as formas de acesso variam de acordo com as estratégias de comunicação, mas sobretudo conforme as instituições parceiras envolvidas. Em 2016, no DC de Banana, a principal fonte de informação foi a própria Embrapa, por meio de seus técnicos (16,7%) e o Mural da Empresa (16,7 %), seguido do Técnico da Emater (8,3%) e reportagem televisiva (8,3%). Nos eventos de 2019-2020 as principais fontes de informação foram o Professor e os Técnicos da Emater e da Embrapa.

Como preferem receber informações da Embrapa

Os entrevistados foram perguntados se gostariam de receber informações da Embrapa, sobre o tema do evento ou outros. Apenas um respondente disse não querer receber informações adicionais. Os que responderam positivamente, foram solicitados a dizer qual o meio preferencial. A comunicação via e-mail foi a escolhida pela maioria (47,3%), seguido das opções: “no meu endereço” (22,2 %), no meu telefone (14%) e via W.App (11,1%). Os respondentes do período (2019-2020) mantiveram a preferência pelo e-mail (44,7%), seguido do W.App (29,8%). Já no período de (2020-2023) o jogo virou e o W.App aparece com 65,2% de preferência para a comunicação com a Embrapa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora alguns fatores tenham influenciado na condução da pesquisa, sobretudo o contexto da pandemia de Coronavírus e outras situações de caráter burocráticos que restringiram a coleta de dados ao âmbito de Porto Velho. Foram buscadas alternativas, como a criação e distribuição de um formulário eletrônico (google forms) e reunião com instituições parceiras, interna e externamente, na perspectiva de incluir os dados do levantamento no formulário de inscrição dos eventos que viessem a ser realizados remotamente. Tais iniciativas resultaram em pouca, ou nenhuma mudança no que diz respeito ao aumento na quantidade de dados coletados.

Não obstante, os dados obtidos no período de 2019 a 2023 somados aos dados pré-existentes, coletados em 2016, nos permitiram observar que: ocorreu aumento do acesso dos produtores rurais às mídias digitais e o W.App incipiente em 2016, tem a máxima preferência dos usuários de todas as categorias, sendo o aplicativo mais frequentemente utilizado por todos os segmentos de públicos. Dentre os produtores ocorrem ainda a menção aos “meus meninos” (filhos e filhas) como interlocutores dos produtores rurais, no acesso às mídias: “o meu menino é que mexe com o computador”, “e-mail eu tenho, mas quem mexe é o meu menino”.

Tal fato corrobora as iniciativas de Unidades da Embrapa na Amazônia que por meio do Projeto Amazocom, tem oferecido a capacitação dos jovens rurais para o acesso às mídias, como exemplo desenvolvido com jovens protagonistas da Resex do Médio Juruá, no Amazonas (OLIVEIRA et al. 2023), uma estratégia de comunicação que aproxima e fortalece o diálogo entre comunitários e cientistas, instituição científica e comunidade.

REFERÊNCIAS

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cenários e perspectivas da conectividade para o agro** / Secretaria de Inovação, Desenvolvimento Rural e Irrigação. – Brasília: MAPA/AECS, 2021.

EMBRAPA. **Política de comunicação**. 2ª ed. Rev. Brasília: Embrapa ACS, 2002.

EMBRAPA... **Embrapa em Mídias Sociais**: documento orientador. Ed.1. Brasília – DF, 2012. Embrapa — Secretaria de Comunicação — Secom Disponível in: https://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/embrapa_em_midias_sociais_edicao_1.pdf. Acesso em: 13/mar 2023.

OLIVEIRA, V. B. V.; MACHADO, C.; SILVA, R. K. da; RIBEIRO, A. B. de S.; SCABIN, A. **Educomunicação na educação não formal**: formação cidadã para o desenvolvimento sustentável na Amazônia. Belém, PA: RBF, 2023. Cap. 5, p. 88-116. (Cadernos ABPCom, v. 1).